

## **BAB 7**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

## BAB 7

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 7.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut:

- Widya Mandala Televisi didirikan sebagai sarana komunikasi di kampus dan melalui program-program yang disajikan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan akan informasi dan hiburan bagi seluruh sivitas akademika Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Sebelum memperkenalkan sebuah media komunikasi yang baru, perlu diperhatikan faktor-faktor yaitu *who, what, when, where, why, dan how*.
- Sebagai media *communication strategy* di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Widya Mandala Televisi memperhatikan unsur-unsur dalam *communicator strategy* seperti *what are your objectives? what communication style does the television choose? what is Widya Mandala Televisi credibility?; audience strategy* seperti *who are they? what do they know? what do they feel? how can you motivate them?; message strategy* seperti *how can you emphasize? how can you organize?; channel choice strategy* serta *culture strategy*.
- Sebagai media komunikasi di kampus yang menekankan pada program-program edutainment, Widya Mandala Televisi selama ini belum berhasil menarik minat sivitas akademika Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, terutama untuk program-program yang bersifat memberikan informasi atau pendidikan.

- Dalam rangka untuk memperkuat *image* dan *identity*, Widya Mandala Televisi terus berupaya untuk terus meningkatkan kualitas informasi yang disampaikan kepada *audience*. Program *edutainment* tetap dipertahankan meskipun selama ini *audience* lebih banyak menyukai acara *entertainment*. Segala peristiwa atau aktivitas yang ada di kampus dapat dikomunikasikan melalui Widya Mandala Televisi.
- Widya Mandala Televisi sebagai media *communication strategy* di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya belum mencapai hasil seperti yang diharapkan. Masih banyak sivitas akademika Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang belum mengetahui atau belum memanfaatkan Widya Mandala Televisi sebagai media komunikasi di kampus.

## 7.2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh penulis sehubungan dengan Widya Mandala Televisi sebagai *communication strategy* di Universitas Katolik Widya Mandala adalah sebagai berikut:

- Menyediakan sarana yang dapat memudahkan para *audience* untuk mengetahui berbagai hal yang menyangkut stasiun televisi tersebut, seperti prosedur penayangan iklan bagi dosen, karyawan, mahasiswa, dan alumni, nomor telepon Widya Mandala Televisi yang bisa dihubungi sewaktu *on line* maupun *off line*, serta acara-acara atau topik yang akan ditampilkan oleh Widya Mandala Televisi. Sarana tersebut dapat berupa selebaran yang selalu tersedia di studio Widya Mandala Televisi atau tempat lain yang mudah dijangkau oleh warga kampus,

atau mendirikan semacam bulletin board yang selalu menyajikan informasi-informasi yang terbaru dari Widya Mandala Televisi.

- Menyediakan monitor televisi lebih banyak, tidak hanya di plasa (gedung B) dan kantin (gedung A) universitas tetapi juga di bagian-bagian lain kampus, seperti di gedung C dan gedung D sehingga siaran Widya Mandala Televisi lebih dapat menjangkau seluruh warga kampus dan mendukung tercapainya tujuan dari Widya Mandala Televisi sendiri.
- Memperbaiki kualitas tayangan yang ditampilkan, baik kualitas gambar, tulisan, suara maupun materi yang ditayangkan sehingga dapat menarik lebih banyak *audience* dan Widya Mandala Televisi dapat benar-benar menjadi sarana komunikasi yang efisien dan efektif di kampus.
- Memperbarui teknik penyajian acara sehingga seluruh acara yang disajikan Widya Mandala Televisi bisa menarik perhatian *audience*, tidak hanya acara *entertainment* seperti yang selama ini terjadi tetapi juga acara-acara informasi atau pendidikan, misalnya dengan menyelipkan informasi-informasi penting pada saat acara-acara *entertainment* tersebut sedang disiarkan.
- Terbuka terhadap berbagai kritik dan saran dengan menyediakan berbagai alternatif untuk menyampaikan kritik dan saran tersebut, misalnya dengan membuka *hotline* khusus atau menyediakan kotak kritik dan saran yang mudah dijangkau oleh warga kampus.
- Seperti yang dikatakan oleh Hargie dan Tourish (2000:297) bahwa dalam menciptakan suatu *communication strategy* haruslah sesuai dengan komitmen manajemen senior, mengidentifikasi praktek-praktek yang telah ada, menciptakan

standar untuk mengukur sukses, serta memasukkannya dalam *planning cycle* organisasi. Karena itu Widya Mandala Televisi hendaknya juga selalu melakukan evaluasi terhadap tayangan-tayangan yang disajikan sehingga selain dapat memenuhi keinginan atau standar dari pihak Widya Mandala Televisi sendiri juga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan dari pihak-pihak yang lain, seperti pihak rektorat, dosen, mahasiswa, alumni, serta karyawan.

## **DAFTAR KEPUSTAKAAN**

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Adi, Rianto dan Prasadja, Heru, 1993, *Langkah-Langkah Penelitian Sosial*, Penerbit Arcan, Jakarta
- Argenti, Paul A., 1998, *Corporate Communication*, Second Edition, The McGraw Hill Companies, New York
- Blundel, Richard, 1998, *Effective Business Communication: Principles and Practice For The Information Age*, Prentice Hall Europe, London
- Bovee, Courtland L. Dan Thill, John V., 1998, *Business Communication Today*, International Edition, Fifth Edition, Prentice Hall International Inc, New Jersey
- DeVito, Joseph A., 1997, *Komunikasi Antar Manusia*, Terjemahan Oleh Agus Maulana, Professional Books, Jakarta
- Dimbleby, Richard, 1996, *More Than Words: An Introduction To Communication*, Second Edition, Routledge, New York
- Dominick, Joseph R., 1999, *The Dynamics of Mass Communication*, International Edition, Six Edition, The McGraw Hill Companies Inc, New York
- Gibson, Jane Whitney dan Hodgetts, Richard M, 1990, *Business Communication: Skills and Strategies*, Harper and Row, Publisher Inc, New York
- Gibson, Jane Whitney dan Hodgetts, Richard M, 1991, *Organizational Communication: A Managerial Perspective*, Second Edition, Harper Collins Publishers Inc, New York
- Hargie, Owen dan Tourish, Dennis, 2000, *Handbook of Communication Audits for Organizations*, Routledge, New York
- Isaac, S. Dan W.B. Michael, 1981, *Handbook in Research and Evaluation*, Edits Publishers, San Diego
- Kadarman, A.M. dan Udaya, Jusuf, 2001, *Pengantar Ilmu Manajemen-Buku Panduan Mahasiswa*, PT Prenhallindo, Jakarta
- Kartono Kartini, 2001, *Pemimpin dan Kepemimpinan: Apakah Pemimpin Abnormal Itu?*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Lesikar, Raymond V., et al, 1999, *Lesikar's Basic Business Communication*, International Edition, Eight Edition, The McGraw Hill Companies Inc, New York

- Margono, S., 2000, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, PT Rineka Cipta, Jakarta
- Munter, Mary, 2000, *Guide to Managerial Communication: Effective Business Writing and Speaking*, Fifth Edition, Prentice Hall, New Jersey
- Murphy, Herta A., et al, 2000, *Effective Business Communication*, McGraw Hill Book Co, Singapore
- Nawawi, Hadari, 2001, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta
- Ndraha, Taliziduhu, 1981, *Research: Teori, Metodologi, Administrasi*, Jilid Pertama, Penerbit PT Bina Aksara, Jakarta
- Putnis, Peter dan Petelin, Roslyn, 1999, *Professional Communication: Principles and Applications*, Second Edition, Prentice Hall, Pearson Education Australia, New South Wales
- Quible, Zane K., et al, 1996, *Business Communication: Principles and Applications*, International Edition, Prentice Hall, Simon and Schuster Asia Pte Ltd, Singapore
- Rakhmat, J., 2001, *Metode Penelitian Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Robins, Stephen P., 1996, *Perilaku Organisasi*, Edisi Bahasa Indonesia, PT Prenhallindo, Jakarta
- Simons, Christine dan Stables, Belinda Naylor, 1997, *Effective Communication For Managers: Getting Your Message Across*, Cassel, London
- Siregar, Ashadi dan Pasaribu, Rondang, 2000, *Bagaimana Mengelola Media Korporasi Organisasi*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta
- Stoner, James A.F., et al, 1996, *Manajemen*, Edisi Bahasa Indonesia, PT Prenhallindo, Jakarta
- Wafema, April 2002, *WMTV Sebagai Media Informasi dan Komunikasi Kampus*, hlm. 8
- Warta Ikawima, Mei 2002, *WMTV, TV Kampus Pertama di Indonesia*, hlm. 17